

8. Нарешті, частина товарів надходить до споживача не через роздрібну торгівлю, а напряму, шляхом посилкової торгівлі (за каталогами) та методом прямих продаж.

Радикальне вирішення цієї проблеми полягає у створенні бази даних, з якою мали б зв'язок і постачальники, і великі роздрібні магазини. Саме в такий спосіб могли б здійснюватися безпосередні контакти між продавцями та покупцями. Такі експерименти здійснюються нині на основі City Logistics у великих містах США, Європейського союзу, Японії.

СУЧАСНИЙ СТАН ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В МЕЖАХ МІСТА

Супрун А.А.

Науковий керівник – Рославцев Д.М., канд. техн. наук, доцент

Операції пов'язанні з доставкою товару мають свою ціну, яка впливає на ціноутворення товарів. Через це багато товарів стають не конкурентоспроможними на ринку. В зв'язку з цим є вельми важливим поняття транспортної складової в ціні товару. Транспортна складова – це закладений в контрактну ціну товару відсоток витрат на його доставку. Відсоткове співвідношення витрат з доставки товару до ціни товару в місці його призначення – величина, приблизно сформувалася на основі міжнародного досвіду.

Інтернет-магазини в Україні мають певні особливості, які відрізняють їх від зарубіжних аналогів. На відміну від США та Європи, де в список провідних онлайн-магазинів часто входять філіали реально існуючих, в Україні найбільшою популярністю користуються повноцінні віртуальні ресурси електронної комерції. Клієнтами інтернет-магазинів є переважно жителі великих міст. На Київ припадає близько 40% всіх покупців. За ним йдуть Донецьк (8%), Одеса (7%), Харків і Дніпропетровськ (по 6%), Львів (5%). Аудиторія всіх інших міст та регіонів представлена скромно і не перевищує 30%. Така ситуація пояснюється тим, що представництва онлайн-магазинів поки що існують лише у великих містах. А доставка по Україні впливає на вартість покупки, що автоматично робить інтернет-шопінг менш привабливим.

У найближчому майбутньому експерти прогнозують процес структуризації ринку – в категоріях побутової техніки і електроніки – з'являться декілька мега-проектів, великих інтернет-супермаркетів, які забезпечать пропозицією масового покупця. В той же час, свого клієнта не втратять і невеликі інтернет-магазини, які спеціалізуються на продажі дефіцитних унікальних товарів, які важко знайти на прилав-

ках стандартних торговельних майданчиків. Основними завданнями щодо розвитку національної складової мережі Інтернет і забезпечення широкого доступу до неї в Україні є:

- створення в найкоротші терміни належних економічних, правових, технічних та інших умов для забезпечення широкого доступу громадян в мережі Інтернет;
- забезпечення конституційних прав людини і громадяни на вільне збирання, зберігання, використання і поширення інформації;
- забезпечення державної підтримки розвитку інфраструктури надання інформаційних послуг через мережу Інтернет,
- створення умов для розвитку підприємницької діяльності і конкуренції у сфері використання каналів електронного зв'язку;
- створення можливостей для задоволення на пільгових умовах потреб у послугах навчальних закладів, наукових установ і організацій, суспільних організацій, установ охорони здоров'я;
- удосконалення правового регулювання діяльності суб'єктів електронної економічної діяльності, виробництва;
- використання, поширення та зберігання електронних інформаційних продуктів.

Міжнародна практика визначила оптимальні величини названого процентного відношення, на які, безумовно, слід орієнтуватися при здійсненні господарських зв'язків. При цьому треба врахувати, що чим дорожче товар, тим менше транспортна складова в його ціні на ринку збуту. Так, при торгівлі готовими виробами, наприклад продукцією електронної промисловості, транспортна складова коливається від 2 % до 3%; для продуктів харчування і побутової техніки – від 5 % до 6 %; при поставках машин і обладнання – від 7 % до 12%. Якщо мова йде про торгівлю сировиною або напівфабрикатами, то транспортна складова більше, з огляду на те що продукція цього роду свідомо дешевше, ніж готові вироби. Так, при поставках сировинної продукції транспортна складова знаходиться в діапазоні 20-60%, а для мінерально-будівельних вантажів наближається до 80-85% і навіть в деяких випадках може перевищувати 100%.

Україна має один із найнижчих показників інтернет-торгівлі серед країн Центральної та Східної Європи. Найбільш активні інтернет-покупці – чехи (53,5 %), словаки (48 %) і словенці (47,8 %). У Росії лише кожен п'ятий купує товари в Інтернеті, в Україні – тільки 8,5 % користувачів (при тому, що 37 % населення є активними користувачами Інтернету й близько 53 % – користувачами платіжних карток).

В результаті подальшого дослідження цього питання можуть бути виявлені особливості транспортного обслуговування замовлень че-

рез інтернет, що дозволить ефективно організувати процес доставки цього виду замовлень.

ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Бабенко А.М.

Науковий керівник – Бурко Д.Л., канд. техн. наук, доцент

Структурні перетворення в економіці призводять до відповідних процесів у інших галузях виробництва включаючи транспорт. Після зміни державного устрою на початку дев'яностих років минулого сторіччя, українська економічна система вийшла на новий етап перетворень.

Транспорт став основою формування внутрішнього та міжнародного ринків і таким чином з часом забезпечив розвиток нормальної ринкової економіки, що є актуальним і на сьогоднішній день. Сучасний транспортний комплекс схильний до впливу суперечливих тенденцій: транспорт, будучи інфраструктурною галуззю, з одного боку, знаходиться в залежному становищі від галузей виробництва матеріально-речових благ, з іншого боку, будучи особливою галуззю економіки, чинить істотний вплив на регіональний розподіл виробничих потужностей, бере участь у формуванні ВВП і виступає важливою складовою частиною системи економічних відносин.

Основним завданням транспортного господарства, є збільшення прибутку за рахунок підвищення ефективності транспортних операцій. Цього можливо досягти за рахунок координації транспортного обслуговування споживачів за їх замовленнями, в яких містяться умови поставок. Все це дає змогу отримати конкурентні переваги на ринку і зменшити витрати. Одним із головних завдань є уникнення нераціональних перевезень, тобто невиправданих дальніх, зустрічних, порожніх перевезень, а також повторних перевезень, коли вантаж повторно перевозиться, розвантажується і завантажується.

Важливу роль в транспортній галузі країни відіграє автомобільний вантажний транспорт, перевагами якого є можливість доставки вантажу «від дверей до дверей»; висока маневреність, гнучкість, динамічність. Але поряд з тим він має і ряд недоліків, такі як низька продуктивність; залежність від погодних і дорожніх умов; відносно висока собівартість перевезень на великі відстані.